

ABSTRAK

Transline adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi yang berdiri sejak tahun 2010. Transline merupakan salah satu anak perusahaan dari Cipaganti *travel*. Berdasarkan hasil wawancara dengan *staff* HRD Transline yaitu Ibu Aulia Prita, ST. perusahaan ini mengalami penurunan penjualan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang cocok untuk Transline. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara penyebaran kuesioner. Kuesioner disusun berdasarkan model bauran pemasaran 7P(*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Penyebaran kuesioner dilakukan 2 tahap. Tahap pertama adalah penyebaran kuesioner pendahuluan dengan tujuan mencari tahu pesaing dan variabel yang dianggap penting oleh konsumen yang disebarkan kepada 30 responden yang pernah menggunakan Transline. Tahap kedua adalah penyebaran kuesioner penelitian kepada 120 responden yang pernah menggunakan Transline dan Citi Trans. Kuesioner penelitian ini berisi 2 bagian yaitu bagian I berisi profil responden yang digunakan untuk menentukan *Segmentation, Targeting, Positioning* dari Transline dan bagian II berisi variabel-variabel kinerja dan kepentingan diolah dengan cara membandingkan kepuasan konsumen terhadap variabel bauran pemasaran Transline dan Citi Trans dengan metode *Correspondence Analyze* (CA), metode *Importance Performance Analyze* (IPA) dan Uji Hipotesis kepuasan untuk mengetahui prioritas perbaikan bagi Transline.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yang menjadi target pasar dari Transline adalah karyawan swasta, wiraswasta dan pelajar/mahasiswa dengan pendapatan dan uang saku berkisar antara 1,5 juta hingga 3,5 juta per bulan dan berdomisili di Bandung Tengah dan Bandung Barat. Kemudian untuk prioritas perbaikan berdasarkan grafik persaingan *Correspondence Analyze* (CA), grafik matriks *Importance Performance Analyze* (IPA) dan Uji Hipotesis maka variabel-variabel yang menjadi prioritas perbaikan utama adalah jaminan ketepatan waktu keberangkatan, promosi di media sosial, keramahan pegawai saat menerima konsumen, transaksi non-tunai(kredit/debit), jumlah tempat duduk yang memadai di *pool*, televisi di ruang tunggu, *pool* terletak ditempat strategis seperti di *mall* dan promosi di media cetak.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini Transline perlu melakukan perbaikan terhadap prioritas perbaikan utama dengan cara tidak menunggu penumpang yang terlambat datang untuk menjamin ketepatan waktu keberangkatan, melakukan training bagi karyawan agar ramah kepada konsumen, menambah daftar bank untuk transaksi non-tunai, melakukan promosi di media social melalui akun *twiter @info_bdg* dan akun *instagram*, memilih *rest area* yang nyaman dan berfasilitas lengkap, memperbaiki desain banner untuk iklan di media cetak, kerja sama dengan *mall* untuk membuka *pool* di *mall*. Kemudian Transline dapat memposisikan sebagai jasa layanan executive travel, dengan membentuk *image* melalui *tagline executive travel* harga terjangkau.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah	1-2
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penulisan	1-4

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran	2-1
2.2 Baruan Pemasaran.....	2-1
2.3 <i>Segmentation, Targeting, & Positioning</i> pasar	2-3
2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	2-4
2.5 Populasi dan Sampel	2-7
2.5.1 Populasi.....	2-7
2.5.2 Sampel.....	2-8

2.6	Menentukan Ukuran Sampel.....	2-8
2.7	Teknik Sampling	2-9
	2.7.1 <i>Probability Sampling</i>	2-9
	2.7.2 <i>Nonprobability Sampling</i>	2-10
2.8	Data Berskala	2-11
2.9	Tipe Skala Pengukuran	2-12
2.10	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-15
2.11	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-16
	2.11.1 Pengujian Validitas Internal.....	2-16
	2.12.2 Pengujian Validitas Eksternal	2-17
2.12	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-18
2.13	Analisis Tingkat Kepentingan dan Performansi Pelanggan.....	2-20
2.14	<i>Correspondence Analysis</i>	2-22
2.15	Uji Hipotesis	2-23
	2.15.1 Uji Z	2-24

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Metodologi Penelitian	3-1
3.2	Keterangan <i>Flowchart</i>	3-4

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.2	Kuesioner	4-3
	4.2.1 Kuesioner Pendahuluan.....	4-3
	4.2.2 Kuesioner Penelitian	4-5

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Kuesioner Pedahuluan.....	5-1
-----	---------------------------	-----

5.1.1 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2 Validitas Konstruksi.....	5-2
5.3 Pengujian Validitas dan Reabilitas.	5-4
5.3.1 Tingkat Kepentingan.....	5-4
5.3.2 Tingkat Performasnsi.....	5-8
5.4 Rangkuman Kuesioner Penelitian Bagian 1.....	5-10
5.5 Analisis Kuesioner Penelitian	5-18
5.5.1 <i>Importance Performance Analyze</i> (IPA).....	5-18
5.5.2 <i>Correspondence Analyze</i> (CA).....	5-25
5.5.3 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-29
5.5.4 Analisis berdasarkan <i>Segmentation, Targeting</i>	5-31
5.5.5 Analisis Gabungan IPA(<i>Importance Performance Analyze</i>), CA(<i>Correspondence Analuze</i>), dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-34
5.6 Usulan Prioritas Perbaikan.....	5-38
5.6.1 Usulan Prioritas Perbaikan.....	5-38
5.6.2 Usulan Prioritas Perbaikan.....	5-39
5.6.3 Usulan Prioritas Perbaikan.....	5-40
5.6.4 Usulan Prioritas Perbaikan.....	5-41
5.6.5 Usulan Prioritas Perbaikan.....	5-42
5.6.6 Usulan Prioritas Perbaikan.....	5-42
5.6.7 Usulan Prioritas Perbaikan.....	5-46
5.6.8 Usulan Prioritas Perbaikan.....	5-46
5.7 Nilai Kepentingan untuk Variabel 5,10, 14, 20 dan 34.....	5-47
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran.....	6-5

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Segmentasi.....	3-8
3.2	Tabel Usulan Analisis Gabungan.....	3-13
4.1	Ringkasan Penggunaan Travel Ke Luar Kota.....	4-1
4.2	Ringkasan Jasa Travel Yang Sering Digunakan.....	4-3
4.3	Ringkasan Layanan Jasa Travel Terbaik.....	4-3
4.4	Ringkasan Tingkat Kepentingan Variabel.....	4-4
4.5	Jenis Kelamin Responden.....	4-5
4.6	Jenis Pekerjaan Responden.....	4-5
4.7	Jumlah Pneghasilan per Bulan.....	4-6
4.8	Jumlah Penghasilan per Bulan Pelajar.....	4-6
4.9	Keperluan Menggunakan <i>Travel</i>	4-6
4.10	Jam Keberangkatan <i>Travel</i>	4-7
4.11	Sumber Mengetahui Transline.....	4-7
4.12	Ketertarikan Terhadap Transline.....	4-8
4.13	Lokasi tempat Tinggal.....	4-8
4.14	Rangkuman Jumlah Responden untuk Tingkat Kepentingan.....	4-9
4.15	Rangkuman Jumlah Responden Untuk Tingkat Perfomansi.....	4-10
4.16	Rangkuman Jumlah Responden Untuk Peringkat.....	4-11
5.1	Atribut Yang Dianggap Penting.....	5-1
5.2	Variabel Yang Dibuang.....	5-2
5.3	Variabel Yang Digunakan Dalam Penelitian.....	5-3
5.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kepentingan Dalam <i>SPSS</i>	5-5

5.5	Hasil Perbandingan Variabel Kepentingan Nilai r Dengan Nilai Tabel r	5-6
5.6	Uji Reabilitas Variabel Kepentingan.....	5-7
5.7	Uji Validitas Variabel Perfomansi.....	5-8
5.8	Perbandingan Variabel Perfomansi Nilai r Dengan Nilai Tabel r.....	5-9
5.9	Uji Reabilitas Variabel Perfomansi.....	5-10
5.10	Hasil Rangkuman Rata-rata Tingkat Kepentingan.....	5-19
5.11	Hasil Rangkuman Rata-rata Tingkat Perfomansi.....	5-20
5.12	Hasil Rangkuman Persaingan Perusahaan.....	5-25
5.13	Jarak Persaingan Perusahaan.....	5-27
5.14	Hasil Uji Hipotesis.....	5-29
5.15	Segmentasi.....	5-31
5.16	Targeting.....	5-32
5.17	Analisis Gabungan.....	5-34
5.18	Prioritas Perbaikan.....	5-37
5.19	Rangkuman Rata-rata Kepentingan.....	5-47
5.20	Hasil Rangkuman Rata – Rata Tingkat kepentingan Untuk Variabel 16 dan 17.....	5-41
6.1	Pesaing Wafer <i>MIMA</i>	6-1
6.2	Rangkuman Segmentasi.....	6-3

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	3-1
3.2	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan).....	3-2
3.3	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan).....	3-3
4.1	Struktur Organisasi.....	4-1
5.1	Jenis Kelamin Responden.....	5-10
5.2	Jenis Pekerjaan Responden.....	5-11
5.3	Penghasilan per Bulan Responden	5-12
5.4	Penghasilan per Bulan Pelajar.....	5-13
5.5	Kepeluan Menggunakan Travel.....	5-14
5.6	Jam Keberangkatan.....	5-15
5.7	Sumber Mengetahui Trasline.....	5-16
5.8	Ketertarikan Terhadap Transline.....	5-17
5.9	Lokasi Tempat Tinggal.....	5-18
5.10	Grafik IPA.....	5-21
5.11	Grafik <i>Row And Columns Scores CA</i>	5-26
5.12	Wilayah Kritis Kurva Normal.....	5-30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Lembar Validitas Konstruksi.....	L1-1
2	Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian.....	L2-1
3	Data Mentah Hasil Kuesioner Penelitian.....	L3-1
4	Tabel r Product Moment dan Tabel Kurva Normal.....	L4-1